

Afinal, o que são Letreiramentos Populares?¹

Júlio Silva RODRIGUES²
Jan Klever Oliveira LINHARES³
Tarcísio Bezerra MARTINS FILHO⁴
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

Resumo

A cidade se manifesta de diversas formas. Nos grandes centros urbanos são encontrados elementos comunicacionais de cunho manual: os letreiramentos populares. Esses elementos originados das primeiras formas de escrita surgem com o aparecimento dos letreiramentos comerciais e permanecem vivos até os dias atuais. Hoje, oferecem serviços, vendem objetos e comunicam. Sua forma não plenamente atenta às regras e formatações da Comunicação Visual espelham a cultura local. Neste trabalho, abordamos os conceitos de letreiramentos populares a partir de uma pesquisa bibliográfica que faz uso de autores como Martins Filho (2010), Martins (2007) e Finizola (2013).

Palavras-chave: Comunicação Visual; Tipografia; Letreiramentos Populares.

1 Introdução

Os letreiramentos populares são formas comunicacionais amplamente encontradas nas cidades. Para entendê-las, talvez seja melhor trazer o campo para dentro deste trabalho e observar empiricamente como sua forma excêntrica gera interesse por parte dos pesquisadores deste artigo. Trata-se de letras pintadas à mão, fora do discurso oficial, que transmitem mensagens simples e objetivas. Se manifestam em lugares dos mais variados, contudo, encontramos com certa facilidade na fachadas de equipamentos comerciais populares e ao longo de muros e espaços inabitados (ver Figura 1). Trata-se de um fenômeno que, sob a ótica do *design*, ainda tem muito a ser investigado. Isto fica ainda mais claro a partir da escassez bibliográfica sobre o assunto.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Unifor, e-mail: juliorodriguesp@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Fa7, e-mail: janklever@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Atualmente é professor de Comunicação Visual na Universidade de Fortaleza (Unifor), e-mail: tarcisiobmf@gmail.com.

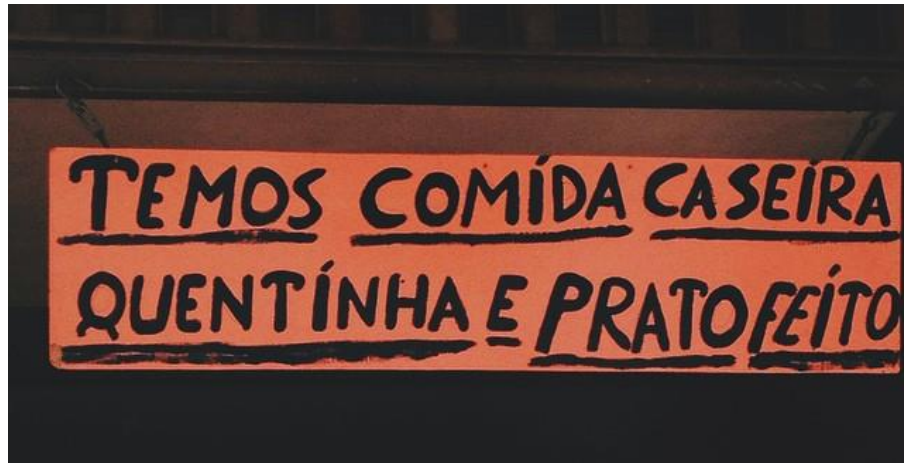


Figura 1: Letreiramento Popular na cidade de Aquiraz, Ceará. Fonte: Acervo pessoal.

Enquanto manifestação (reflexo, espelho) de uma cultura popular, vemos nas formas tipográficas as tensões existentes entre diferentes classes e diferentes intenções comunicativas. E Mandel (2006) é que nos ajuda a pensar:

Em todas as épocas, não por acaso, a escrita respondeu no interior de cada cultura à funções materiais ou espirituais. Do mesmo modo que, em suas metamorfoses ela refletia tanta a imagem da sociedade dentro de sua evolução dinâmica, como o papel específico que lhe era designado (MANDEL, 2006, p. 18).

Ademais, nos parece interessante observar que, apesar de todos os avanços tecnológicos na área da comunicação visual e impressão, os letreiramentos resistam ao tempo, tornando-se elementos da comunicação informal, disputando espaço com placas de PVC, vinil e outros materiais.

Enfim, os letreiramentos nos proporcionam diversas experiências visuais que servem como inspiração para a Comunicação Visual. Neste trabalho, visamos investigar o que são esses letreiramentos populares. Fizemos tal por meio de uma pesquisa bibliográfica, buscando responder a pergunta de partida: Afinal, o que são os letreiramentos populares?

2 Uma rápida história da escrita: dos primeiros rabiscos

Podemos considerar a escrita com uma das maiores invenções da humanidade. Por meio dela, foi possível transmitir as informações do homem para além de sua própria existência de modo que gerações posteriores tivessem acesso a narrativas passadas. Dessa forma, a invenção da escrita tornou-se um dos marcos mais importantes para o desenvolvimento da humanidade.

Segundo Horcades (2004), as primeiras formas de escrita são datadas de aproximadamente seis mil anos atrás, em plaquetas de barro do templo da cidade de Uruk. Na mesma época, outras escritas existiam, em geral pictográficas, com imagens figurativas simbolizando palavras. Escrita essa que evoluiu por babilônios, assírios, elamitas e hititas e foi nomeado como alfabeto cuneiforme, que abrangia aproximadamente 1.500 sinais para representar sílabas e palavras.



Figura 2: Hieróglifos. Fonte: <<https://flic.kr/p/5yFecy>> Acesso em: 11 jun. 2015.

Mas a primeira escrita de símbolos que representavam sílabas e letras foi inventada pelos egípcios, popularmente conhecido por hieróglifos, que em grego significa gravar textos sagrados. A escrita era gravada em papiro ou e outros materiais como barro mole, nos quais geralmente eram difíceis de escrever e tinham um número imenso de caracteres, o que restringia a leitura e a escrita a poucas pessoas, geralmente escribas, sacerdotes ou nobres. Horcades (2004, p. 26) explica que “em 2000 a.C. aproximadamente, havia quatro escritas mais importantes no oriente médio: a escrita pictográfica dos hititas, os hieróglifos, uma escrita de Micenas e a cuneiforme dos sumérios”.

O mesmo autor diz que o primeiro alfabeto razoavelmente simples e com 25 a 30 caracteres foi chamado Protocanaanita e criado na atual região da Palestina somente em 1500 a.C. Era uma mistura das quatro escritas mais importantes da época. Só em 1000 a.C esse alfabeto sofreu alterações e passou a apresentar características de simplicidade e construção dos alfabetos modernos. Foi reduzido para 22 caracteres e passa a se chamar Alfabeto Fenício. Os povos fenícios saíam em seus navios mundo a fora trocando e vendendo bens. Um desses “bens” deixados foi o seu alfabeto, que desembarcou na Grécia e foi absorvido e

transformado no grego arcaico. Depois de algumas transformações nasce o alfabeto utilizado nos dias atuais.

3 Os letreiramentos

O ofício de pintor letrista, ou seja, o profissional que pinta a letra, surgiu juntamente com a origem dos letreiramentos, numa época em que a função da escrita era voltada para registros documentais e por meios de livros, e foi essencial para o “boom” da tipografia comercial.

Muitos desses letristas encaram como profissão e sobrevivem desse meio, já outros são mais ocasionais, pintam letreiros no improviso com o objetivo de suprir uma necessidade comunicacional emergente, de forma rápida e objetiva. Guimarães (2007) distingue esses dois padrões por onde são geralmente encontrados:

- a. Placas produzidas por pintores-letristas profissionais, são utilizadas em fachadas e interiores de estabelecimentos comerciais, como supermercados, mercearias, açougues, padarias, lanchonetes, sacolões, salões de beleza, etc.
- b. Placas e inscrições realizadas por não-profissionais da escrita, em profissionais anônimos, ambulantes, prestadores de serviço, comerciantes, moradores, etc. (GUIMARÃES, 2007, p.26)

Segundo Finizola (2010), há alguns pontos em comum entre esses dois grupos:

1) a classe social – de origem popular –, 2) a ausência de formação acadêmica na área do design ou afins, 3) a técnica de produção predominante – a pintura –, e, em alguns casos, 4) o anonimato que cerca os autores desses artefatos.

Martins (2007, p. 20-21) caracteriza este tipo de estilo informal como sendo:

Além da intencionalidade comunicativa, a tipografia popular caracteriza-se por utilizar técnicas de produção manuais, muitas vezes bastante precárias. O desenho de uma letra nunca será idêntico ao de outra, que se repete mais à frente. Mesmo quando se percebe uma continuidade no estilo, ou uma maior habilidade técnica, a familiaridade é improvável. Esses desenhos de letras e suas composições geralmente diferem daqueles aos quais o leitor experimentado se habituou, ou seja, configuram-se, em relação à tipografia tradicional, como desenhos excêntricos.

De acordo com o mapeamento sobre letreiramentos feito por Finizola, Coutinho e Santana (2013) na cidade do Recife, os materiais de trabalho utilizados pela maioria dos letristas são praticamente os mesmos: lápis, régua, pincel, tintas, e geralmente são transportados em suas maletas que trazem um pouco de suas características desenhadas.

A metodologia empregada pela maioria dos letristas inicia-se pela criação, que é definida em conjunto com o cliente na hora da encomenda do trabalho, após a criação é hora de estruturar a base a ser pintada, é necessária essa estruturação pois quando a superfície está em uma cor que não dê legibilidade, faz-se necessário pintá-la de maneira uniforme. Após desses dois passos, é providenciada a marcação por meio de linhas guias, e finalmente a hora da pintura das letras e elementos decorativos, que é feita com o pincel e quando são de grandes proporções geralmente é produzido por várias pessoas em que o mais experiente “abre a letra” com o contorno e o menos experiente, preenche-as. Após esses passos, os letreiramentos vão para as ruas e transformam-se em elementos urbanos comunicacionais.

Para Finizola (2010) ao traçar o panorama da tipografia vernacular com ênfase nos letreiramentos populares, tem-se a oportunidade de perceber também as diversas formas de elementos visuais que compõem a paisagem urbana. Ao analisar podemos perceber que há duas vertentes que caracterizam o tipo de letrista: o profissional, que utiliza essa profissão como meio de obtenção de renda; e o não profissional, que faz seus manuscritos populares por necessidade. Os que já são pensados pelo cliente, ou aqueles que são criados pelo próprio letreiro utilizando materiais que caracterizam o traço de cada um. “Destaca-se que as ferramentas utilizadas pelos letristas, bem como a maneira de confecção pode ser o ponto-chave de semelhança entre esses artefatos, mesmo que eles sejam confeccionados em lugares distintos do Brasil” (FINIZOLA, 2010, p. 108), ou seja, as mensagens se comunicam e apresentam semelhança, mesmo sendo produzidas em diferentes regiões.

4 Sobre as mensagens informais urbanas

Um aglomerado de pessoas vivendo em sociedade. Tal definição não é suficiente quando se trata de cidade. Em uma cidade “[...] os instrumentos de produção, o capital, as necessidades, os prazeres” (LEFEBVRE, 2001, p. 49) também estão relacionados. Não somente fatores econômicos, mas a cultura é importante na projeção de “[...] uma cidade para fora de seus limites físicos” (SOUSA, 2003, p. 28). Mais que isso, uma cidade:

[...] é um local onde pessoas se organizam e interagem com base em interesses e valores os mais diversos, formando grupos de afinidade e interesse, menos ou mais bem definidos territorialmente com base na identificação entre certos recursos cobiçados e o espaço, ou na base de identidades territoriais que os indivíduos buscam manter e preservar. (SOUSA, 2003, p. 28)

A cidade é uma proliferação de informações. O cheiro, a cor, o prédio, a frieza, o calor, as falas, os gestos, a voz, o grafite, a pichação, a publicidade, o *outdoor*, as conversas, as roupas, os estranhamentos... Enfim, a cidade é um aglomerado de inesperados que constroem (de modo pouco previsível) a própria urbe. O conceito de sistema cabe aqui: um conjunto de elementos urbanísticos (humanos e não humanos) que possuem determinada forma (design) e que visam a um determinado fim.

Na comunicação urbana, todos somos elementos constituintes de um sistema cujos elementos se relacionam entre si. A cidade, a rua, o poste, os cidadãos dos mais variados, todos são elementos heterogêneos em polifonia. De modo isolado, cada subsistema produz uma potência específica, em conjunto, as imagens se misturam e se acoplam umas às outras produzindo espaços entres, que são os espaços de pensamento. Uma fachada da loja não pode ser analisada apenas como fachada. Há um contexto para aquela fachada, desde questões de ordem tecnológicas, linguísticas, materiais, etc., onde até mesmo os arredores da fachada devem ser levados em conta, elementos que compõem um *background* ativo que dialoga com a imagem da fachada em si.



Figura 3: As letras pintadas revelam um pouco dos hábitos e costumes de determinada região. Fonte: acervo pessoal.

Finiziola (2013) define os letreiramentos populares como sendo artefatos de comunicação confeccionados à mão, através de técnicas primitivas, geralmente pinturas, provavelmente transmitidas de geração em geração. A autora aponta:

Podem ser pintadas em artefatos móveis ou em fachadas e vitrinas, confeccionadas em papelão, compensado, tecido ou materiais

reaproveitados, não importa o suporte. Essas mensagens configuradas por meio do letreiramento – aqui entendido como técnica manual para confeccionar, desenhar ou abrir letras para compor um texto – fazem parte do nosso cotidiano, compõem a paisagem urbana do centro ou da periferia e são executadas em sua grande maioria por anônimos, se caracterizando como interferências tipográficas urbanas. (FINIZOLA, 2013, p. 19) .

Dohmann (2007) nos ajuda a pensar sobre questão ao pontuar que o objetivo principal desse tipo de comunicação visual é chamar a atenção do transeunte. O autor observa que a mensagem deve ser transmitida de forma rápida com informações claras sobre a atividade do estabelecimento que quer divulgar.

Dones (2004) compactua de tal definição e define vernacular e sua origem terminológica e no seu sentido gráfico. Isto é, sugere a partir do termo vernacular, a existência de linguagens visuais que remetem a diferentes culturas.

Antes do aparecimento da cultura impressa, as linguagens europeias eram consideradas línguas vernáculas, em contraste ao Latim e ao Grego oficial, usadas pelas classes instruídas [...] Na comunicação gráfica, corresponde às soluções gráficas, publicações e sinalizações ligadas aos costumes locais produzidos fora do discurso oficial. (DONES, 2014, p.5)

Nos três casos, temos alguns elementos em comum: a recepção do leitor enquanto ao tipo de artefato. Contudo é possível ainda observar que cada uma das definições aponta para um caminho específico: no primeiro caso, pela informalidade extraída pelo leitor no ato da recepção. No segundo, por suas características locais, regionais. E, finalmente, pela utilização de instrumentos de produção manuais.

De acordo com o que foi lido sobre letreiramentos, é possível concluir que esses elementos comunicacionais podem ser definidos como uma técnica manual para comunicar de forma simples e objetiva, textos ou mensagens rápidas. O termo vernacular corresponde a soluções gráficas, geralmente letras, ligadas aos costumes locais produzidos fora do discurso oficial e que “emergem da necessidade cotidiana de comunicação e são confeccionados por meios de técnicas provenientes da cultura local, geralmente transmitidas informalmente de geração a geração” (FINIZOLA, 2013, p. 23).

Outros autores comentam a respeito dos letreiramentos populares. Para Guimarães (2009, p. 20), “a tipografia popular caracteriza-se por utilizar técnicas de produção bastante manuais, muitas vezes bastante precárias.” O mesmo autor ainda comenta:

O desenho de uma letra nunca será idêntico ao de outra, que se repete mais à frente. Mesmo quando se percebe uma continuidade no estilo, ou uma

maior habilidade técnica, a familiaridade é improvável. Esses desenhos de letras e suas composições geralmente diferem daqueles aos quais o leitor experimentando se habituou, ou seja, configuram-se, em relação à tipografia tradicional, como desenhos excêntricos. (GUIMARÃES, 2008, p. 20-21)

Para Finizola (2013, p. 32) “podemos recorrer a diferentes métodos e técnicas que variam de acordo com a ferramenta de trabalho ou processo criativo”. Por meio do processo de representação da linguagem gráfica para conceituarmos a esse tipo de composição de letras, Finizola diz:

Apesar da prática dos letreiramentos populares estarem intimamente relacionada a uma atividade manual, observamos que, em muitos casos, os letristas parecem utilizar como modelo referências de fontes tipográficas já existentes. Muitos deles, aparentemente, copiam *layouts* impressos ou assinaturas de marcas e parecem, aos poucos, mesclar esses estilos tipográficos com seus próprios modelos caligráficos. (FINIZOLA, 2010, p. 39)

Observa-se que os letreiramentos trazem em suas entrelinhas as intenções comunicativas de quem produz e apresenta por meio de suas letras, os traços dos excluídos de uma sociedade. Para Martins Filho (2010, p. 8), “esse tipo de manifestação, em relação à sua forma, em todo o mundo ocidental - apresentando algumas características gerais observada por pesquisadores em culturas diferentes”, ou seja, é encontrada como um meio comunicativo em diversas culturas.

6 Considerações Finais

Diante do que foi encontrado nessa pesquisa, foi possível perceber que os letreiramentos populares resistem ao tempo e comunicam de maneira simples retratando a cultura de determinada região. Os letristas, profissionais que exercem o ofício de abrir letras, dividem-se em duas categorias: os que vivem desse meio e os que apenas suprem as necessidades comunicacionais. Muitas vezes herdaram essa prática de suas famílias e sobrevivem as novas tecnologias dividindo espaços com placas de PVC, lonas e outros materiais.

Os letreiramentos, ao serem desenhados nos muros e placas, ajudam a construir a imagem da cidade, e contribuem com a permanência da cultura local.

Planejamos continuar a pesquisa desse assunto com base em outras cidades e assim vir a notar as diferenças a respeito dos letreiramentos populares em diversas regiões do

país, atentando a suas características e buscando categorizar esses artefatos contribuindo com a pesquisa a respeito.

Referências

DOHMANN, M.V. Pintores de letras brasileiros. **Cadernos de Tipografia**, n.3. Lisboa, 2007. Disponível em: <<http://www.tipografos.net/cadernos>>. Acesso em 12 abr. 2010.

DONES, V.L. **As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica**. Anais do P&D Design 2004. São Paulo: Faap, 2004.

FARIAS, Priscila. **Notas para uma normatização da nomenclatura tipográfica**: Anais do P&D Design. São Paulo: Faap, 2004.

FINIZOLA, Fátima; COUTINHO, Solange; SANTANA, Damião. **Abridores de Letras de Pernambuco: um mapeamento da gráfica popular**. São Paulo: Blucher, 2013.

FINIZOLA, Fátima. **Tipografia Vernacular Urbana: Uma análise dos letreiramentos populares**. São Paulo: Blucher, 2010.

GUIMARÃES, Bruno Martins. **Tipografia Popular: potências do ilegível na experiência do cotidiano**. São Paulo: Annablume, 2007.

HORCADES, Carlos. **A evolução da escrita: história ilustrada**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

LEFEBVRE, Henry. **A cidade do capital**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MARTINS, Bruno. **Tipografia Popular: o ilegível como caminho para a percepção da materialidade**. Annablume: Belo Horizonte, 2007.

MARTINS FILHO, Tarcísio Bezerra; LOTIF, Juliana. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32º, 2009, Curitiba. **Tipografia Vernacular: os elementos tipográficos das letras do sapateiro Alves**. São Paulo: Intercom, 2009. p. 1 - 9. CD-ROM.

MARTINS FILHO, Tarcísio Bezerra; LOTIF, Juliana. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 12., 2010, Campina Grande. **Parâmetros Gerais para Tipografia Vernacular? A verificação da hipótese em Fortaleza**. São Paulo: Intercom, 2010. p. 1 - 9. CD-ROM.

MAGNANI, José Guilherme Cantor; TORRES, Lilian de Lucca. **Na Metrópole - Textos de Antropologia Urbana**. São Paulo: EdUSP, 1996.

MANDEL, Ladislav. **Escritas: espelhos dos Homens e das Sociedades**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.

SAMARA, Timothy. **Guia de tipografia: manual prático para o uso de tipos no design gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOUSA, Marcelo Lopes de. **ABC do desenvolvimento urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.